

گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان

زینب اسدپوریان، دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

یاسر محمدی^۱، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

مهدی رحیمیان، استادیار گروه اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران

دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۷

پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۱۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تعیین اولویت گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان به روش کیفی-کمی و با رویکرد اکتشافی انجام شد. در مرحله اول جهت شناسایی گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی ۱۹ مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان گردشگری فرهنگی انجام و با بهره‌گیری از روش تئوری زمینه‌ای^۲ و انواع کدگذاری باز، محوری و انتخابی، ۳۳ راهکار در قالب چهار گام اصلی شناسایی شدند. در مرحله دوم، طی دو مرحله جهت دستیابی به توافق گروهی بین خبرگان و تعیین اولویت گام‌های شناسایی شده از طریق فرایند فازی‌زدایی، از تکنیک دلفی-فازی استفاده شد. نتایج نشان داد که راهکارهای شناسایی شده توسعه گردشگری فرهنگی در استان لرستان را می‌توان در چهار گام «آموزش و نوآوری»، «کالبدی-زیرساختی»، «حمایتی-نهادی» و «فرهنگی-تبلیغاتی» طبقه‌بندی نمود و با توجه به اینکه اختلاف میانگین فازی‌زدایی شده نظر خبرگان در دو مرحله کمتر از ۰/۲۵ بود، همه راهکارهای شناسایی شده از اعتبار لازم برخوردار بودند. همچنین نتایج نشان داد که از بین گام‌های شناسایی شده، اولین و مهمترین گام توسعه گردشگری، گام آموزش و نوآوری است. سایر گام‌ها به ترتیب اولویت عبارت از کالبدی-زیرساختی، حمایتی-نهادی و فرهنگی-تبلیغاتی هستند. مهم‌ترین راهکارها در هر گام نیز به ترتیب عبارت از راهکارهای اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری، شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری، راهکار ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان و توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری‌های خاص روستایی بودند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری فرهنگی، توسعه روستایی، گام‌های توسعه، تئوری زمینه‌ای، تکنیک دلفی-فازی

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنایع در جهان، باعث ایجاد رشد اقتصادی پایدار، اشتغالزایی و بهبود توسعه اجتماعی و همچنین ترویج صلح خواهد شد (شورای گردشگری و سفر، ۱:۲۰۱۸ و سوفرونو^۱، ۲۰۱۸: ۱۲۵). این صنعت در سال ۲۰۱۷ برای هفتمین سال متوالی، رشد اقتصادی ۴/۶ درصدی را به خود اختصاص داده است؛ یعنی فراتر از رشد جهانی اقتصاد (حدود ۳ درصد) و دیگر صنایع بزرگ. این بدان معنی است که رشد تولید ناخالص داخلی صنعت گردشگری ۵۰ درصد بیشتر از اقتصاد جهانی بوده و همچنین از هر ۱۰ شغل در جهان یک شغل مربوط به گردشگری است (سازمان بین‌المللی هواپیمایی^۲، ۲۰۱۸: ۳۶). امروزه از گردشگری فرهنگی به عنوان یکی از بزرگترین و سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد گردشگری یاد کرده‌اند. نمی‌توان نقش مهم گردشگری و فرهنگ را در فرایندهای ایجاد تصویر و شکل‌دهی به محیط برای تأمین نیازهای مصرف‌کنندگان انکار کرد (سازمان تجارت جهانی^۳، ۲۰۰۵: ۱۱). همچنین عنوان شده است که گردشگری فرهنگی مؤلفه بسیار مهمی در گردشگری است (شراره و بدارالدین^۴، ۲۰۱۳: ۳۴). میزان دارایی‌ها، امکانات و افراد مختلف درگیر در فعالیت‌های گردشگری فرهنگی نشان از اهمیت گردشگری فرهنگی در صنعت گردشگری دارد. اما این صنعت هنوز در کشور ایران و بویژه استان‌های با غنای فرهنگی، چندان مورد شناسایی و توسعه قرار نگرفته است. از این رو این نوشتار در صدد است تا گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی را در روستاهای استان لرستان که از قدمت فرهنگی بالایی در طول تاریخ برخوردار است، شناسایی و مورد تحلیل قرار دهد. اما قبل از آن لازم است برخی از مبانی نظری در این زمینه برای خوانندگان این مطالعه ارائه شود.

مبانی نظری

گردشگری روستایی

تغییرات در درک انسان‌ها از روستا به عنوان محیطی آرام برای تمدد اعصاب و تجدید انرژی باعث ایجاد

1. ICAO
 2. Sofronov
 3. WTTC
 4. WTO
 5. Shararhe & Badaruddin

مفهومی به نام گردشگری روستایی شد (آیهان و همکاران^۱، ۲۰۲۰: ۳). گردشگری روستایی به عنوان یک استراتژی برای توسعه روستاها با هدف رشد اقتصاد کشاورزی و با هدف حفظ ساختارهای سنتی به وجود آمد. به عنوان مثال طبق گزارش ارائه شده توسط وانگ^۲ (۲۰۰۶: ۶) در اروپا گردشگری روستایی، راه‌حلی برای مشکلات اجتماعی، اقتصادی روستا و حمایت و تشویق گسترده از صنایع است (سو^۳، ۲۰۱۱: ۱۴۳۷)؛ به طوری که در دهه‌های اخیر گردشگری روستایی به عنوان یک رویکرد اصلی در توسعه روستایی و کاهش فقر به رسمیت شناخته شده است (گائو و وو^۴، ۲۰۱۷: ۲۲۶) و در بسیاری از کشورها به عنوان یک محرک برای احیاء اقتصاد روستایی در نظر گرفته می‌شود (هی^۵، ۲۰۱۱: ۷؛ باربیری و ماهونی^۶، ۲۰۱۰: ۴۸۴؛ داشپیر^۷، ۲۰۱۴: ۳). زیرا می‌تواند به روند کاهش فاصله بین مناطق شهری و روستایی، ارتقاء اشتغال روستایی، تحریک توسعه صنایع مرتبط و احیاء فرهنگ روستایی کمک نماید (گیو و هان^۸، ۲۰۱۰: ۱۵۹۹).

گردشگری فرهنگی

طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری فرهنگی، به عنوان سفرهایی تعریف می‌شود که اصلی‌ترین هدف آن بازدید از سایت‌ها و رویدادهایی است که ارزش فرهنگی و تاریخی دارد و در واقع بخشی از میراث فرهنگی و تاریخی یک جامعه است (مرگوس و پاتساوس^۹، ۲۰۱۷: ۳۹؛ ام‌سی کرچر و دوکراس^{۱۰}، ۲۰۰۳: ۴۶). به این ترتیب مقاصد گردشگری فرهنگی را می‌توان شامل مناطقی با موزه‌ها، جشنواره‌ها، معماری خاص روستایی، زبان محلی، دین و غذاهای محلی دانست (استیلیانو لمپرت^{۱۱}،

-
1. Ayhan et al
 2. Wang
 3. Su
 4. Gao & Wu
 5. He
 6. Barbieri & Mahoney
 7. Dashper
 8. Guo & Han
 9. Mergos & Patsavo
 10. McKercher & Du Cros
 11. Stylianou-Lambert

۲۰۱۱: ۴۰۶). طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری، گردشگری فرهنگی ۳۷ درصد از گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده و پیش‌بینی می‌شود که با نرخ ۱۵ درصد در حال رشد است (ریچاردس^۱، ۲۰۱۸: ۱۲).

گردشگری فرهنگی در ایران

گردشگری فرهنگی، به عنوان ابزاری برای حفظ میراث فرهنگی به ویژه در کشور ایران با جاذبه‌های فرهنگی غنی، بسیار حائز اهمیت است. از طرفی صنعت گردشگری می‌تواند جانشین مناسبی برای درآمدهای نفتی و فاصله گرفتن از اقتصاد تک‌بعدی باشد. سهم بسیار اندک ایران از درآمدهای جهانی گردشگری، با وجود جاذبه‌های بسیار زیاد، نشان‌دهنده‌ی فقدان بینش مدیریتی در سطوح گوناگون این صنعت است (نیک‌اندیش و سنگری، ۱۳۹۱: ۱)

گردشگری فرهنگی در استان لرستان که یکی از مناطق جذاب و غنی از نظر پتانسیل‌های فرهنگی است، بسیار حائز اهمیت بوده و با وجود کمبود صنایع در استان در صورت توجه مسئولان و برنامه‌ریزان می‌تواند به عنوان یک صنعت مهم و پررونق مطرح شود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۰). به عبارتی بسیاری از روستاهای استان قابلیت توسعه گردشگری فرهنگی را دارند ولی به نظر می‌رسد آنگونه که شایسته است مورد اقبال واقع نشده‌اند. بنابراین با توسعه گردشگری فرهنگی می‌توان تا حدودی شاهد زنده شدن بسیاری از آداب و رسوم و فرهنگ‌های منسوخ شده محلی بود و در نتیجه این امر در جذب گردشگر و کمک به اقتصاد محلی و استانی بسیار حائز اهمیت است.

توسعه گردشگری فرهنگی

اینگونه استدلال می‌شود که اگر استراتژی‌های توسعه گردشگری با دقت طراحی و اجرا شوند، سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران می‌توانند از منابع پنهان گردشگری در جهت دستیابی به سرمایه اقتصادی حداکثر بهره را ببرند (سازمان تجارت جهانی^۲، ۲۰۱۸: ۲). چنانکه راهکارهایی نظیر، آموزش روستاییان در زمینه پذیرش گردشگران، حفظ و بازنمایی فرهنگ‌های بومی و محلی، حفظ حقوق مردم محلی در پروژه‌های گردشگری و توسعه روستایی می‌تواند به توسعه گردشگری در روستاها کمک نماید (گائو و

1. Richards
2. world Trade Organization

و^۱، ۲۰۱۷: ۲۲۵؛ هورتون^۲، ۲۰۰۸: ۳۹۰). لذا برای رسیدن به این جایگاه باید تدابیر لازم اندیشیده و راه‌کارهای لازم برای توسعه گردشگری فرهنگی در کشور ایران و به ویژه استان لرستان در دستور کار برنامه‌ریزان قرار بگیرد. چرا که در استان لرستان حدود ۴۰ درصد جمعیت را روستاییان تشکیل می‌دهند و این موضوع بیانگر ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی منحصر بفرد مناطق روستایی و عشایری این استان است. تعداد ۲ هزار و ۸۶۴ روستا در لرستان وجود دارد. از این تعداد در حال حاضر ۴۴ روستای هدف گردشگری در این استان وجود دارد. در برخی از روستاهای استان علاوه بر ظرفیت گردشگری طبیعی و اکوتوریسم، ظرفیت گردشگری تاریخی، فرهنگی و مذهبی نیز وجود دارد (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان، ۱۳۹۸: ۱۵). از این منظر پژوهش حاضر به شناسایی گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان بر مبنای تکنیک دلفی فازی و رویکرد تئوری زمینه‌ای می‌پردازد.

مرور ادبیات تحقیق

گردشگری فرهنگی نیاز انسان را به تنوع که شامل تمایل به بالا بردن سطح فرهنگی و افزایش دانش و تجربه و برخوردهای جدید است، برآورده می‌سازد (اسدی^۳، ۲۰۱۱: ۱۰۲۲). گردشگری فرهنگی، مبتنی بر جاذبه‌های فرهنگی مانند اجرای زنده نمایش و موسیقی محلی، موزه‌ها و سایر جاذبه‌های مشابه است. در مناطق توسعه‌یافته، این جاذبه‌ها شامل موزه‌ها، نمایش‌ها و سایر اجراهای موسیقی و در مناطق کمتر توسعه‌یافته شامل، آیین‌های سنتی مذهبی، صنایع دستی یا اجراهای فرهنگی است (میتان^۴، ۲۰۰۱: ۱۲).

گسترش گردشگری فرهنگی در نقاط روستایی می‌تواند دریچه‌های نوینی را از شناخت، توسعه و پایداری برای جوامع به وجود آورد (پوراحمد و همکاران^۵، ۲۰۱۲: ۱۰۷). همچنین موجب بالا رفتن پتانسیل‌های جوامع محلی برای توسعه، افزایش مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی (ماریا و همکاران^۶، ۲۰۱۵: ۱۰۸)، بهبود معیشت مردم از طریق افزایش درآمد و اشتغال و تغییر آداب و رسوم محلی

1. Gao & Wu
2. Horton
3. Asadi
4. Meethan
5. Pourahmad et al
6. Maria et al

(وینیاستر^۱، ۲۰۱۴: ۴۵۷)، مؤثر در تنوع مقاصد گردشگری و بهبود تجربه جهانی گردشگری (کاروالهو و همکاران^۲، ۲۰۱۴: ۶۳۷)، توزیع عادلانه‌تر مزایای توسعه در جوامع محلی (جارکو^۳، ۲۰۱۴: ۱۱)، رونق صنایع دستی (ژیو^۴، ۲۰۱۴: ۸۵)، توسعه فعالیت‌های اقتصادی و تنوع فعالیت‌های تولیدی مناطق روستایی، افزایش میزان سرمایه‌گذاری، تولید در سطح روستا و در نهایت پایداری اقتصادی روستایی و توسعه پایدار روستایی در ابعاد مختلف می‌گردد (بایرد و همکاران^۵، ۲۰۰۹: ۶۷۰).

با توجه به اهمیت گردشگری فرهنگی در حفظ آداب و رسوم، سنت‌ها و ارزش‌ها و سبک زندگی مناطق روستایی و نقش انکارناپذیری که در توسعه پایدار روستایی دارد، ولی با این وجود اهمیت چندانی به این نوع مهم از گردشگری نشده و مطالعات چندانی در این زمینه صورت نگرفته است. بدین منظور در این بخش با توجه به اهمیت توسعه گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی به بررسی مطالعات داخلی و خارجی صورت گرفته در زمینه راهکارهای توسعه این نوع از گردشگری پرداخته خواهد شد (جدول ۱).

جدول ۱. خلاصه مرور ادبیات تحقیق در ارتباط با راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی

مؤلف و سال	نتایج پژوهش
(حسین‌زاده و قاسم‌زاده، ۱۳۹۶: ۵۷-۵۶)	راهکارهای ارائه شده در چهار بعد اقدامات قانونی- نهادی (ارائه طرح جامع صنعت گردشگری، همکاری آژانس‌های ایرانگردی و جهانگردی، همکاری ادارات ذیربط و ...)، اقدامات خدماتی-بهداشتی (ایجاد و توسعه تسهیلات اقامتی روزانه، توسعه امکانات اقامتی سبک و متناسب بالفعل در منطقه، ایجاد امکانات ارائه تسهیلات بانکی و ...)، اقدامات توسعه زیرساخت‌ها (اصلاح و توسعه شبکه دسترسی، تأمین آب آشامیدنی مورد نیاز و ...) و اقدامات علمی-فرهنگی (تأمین بودجه‌های تبلیغاتی و ترویجی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی و معرفی منطقه نمونه گردشگری و ...)
(مهران و اولی‌یا ^۶ ، ۲۵: ۲۰۱۸)	برندسازی و سفارشی‌سازی محصولات و خدمات گردشگری بر اساس ترجیحات بخش‌های مختلف بازار
(زاج و هیل ^۷ ، ۲۰۱۷: ۱۹۶)	نوآوری در ارائه خدمات و معرفی مقاصد گردشگری، وجود امنیت در مناطق هدف گردشگری

1. Wineaster
2. Carvalho et al
3. Jarkko
4. Xu
5. Byrd et al
6. Mehran & Olya
7. Zach & Hill

ادامه جدول ۱

مؤلف و سال	نتایج پژوهش
(فیلیپس ^۱ ، ۲۰۱۴: ۶۹؛ شین و همکاران ^۲ ، ۲۰۱۹: ۹۸؛ شماره و بدرالدین ^۳ ، ۲۰۱۳: ۳۷)	ایجاد زیرساخت‌های مناسب در مناطق روستایی، ایجاد سیاست‌های متوازن و استراتژیک توسعه روستایی، تقویت میراث فرهنگی، توجه به نیازهای جامعه محلی و درگیر کردن آن‌ها در برنامه‌ریزی‌های مدیریت کارآمد و مؤثر گردشگری
(موتیار ^۳ ، ۲۰۱۶: ۲۱۶)	ایجاد شرکت‌های مرتبط با گردشگری روستایی در جهت اطلاع‌رسانی به گردشگران و حضور زنان روستایی در فعالیتهای گردشگری
(سوفرونو ^۴ ، ۲۰۱۸: ۱۲۳؛ لانی ^۵ ، ۲۰۰۹: ۳۶۶)	متنوع‌سازی مزارع (نوع کشت، سیستم‌های مکانیزه کشت و ...)، حمایت از کارآفرینان روستایی به ویژه زنان کارآفرین روستایی و وجود مکان‌های کافی در روستا برای این منظور، زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری روستایی، توسعه فناوری، امکانات رفاهی (آب، برق، تلفن، اینترنت و ...) مشارکت مردم محلی در پروژه‌ها، حمایت‌های دولتی، تشکیل و حمایت از سازمان‌های غیردولتی محلی یا گروه‌های خودیار محلی، ایجاد مسیرهای گردشگری روستایی و حمل و نقل آسان گردشگران به مناطق روستایی
(آنتوناکاکیس و دراگونی، ۲۰۱۸: ۱)	فضای اقتصادی موجود در مقصد گردشگری به همراه سیاست‌های اقتصادی که در مورد آن اعمال می‌شود می‌تواند به طور مستقیم یا غیر مستقیم توسعه گردشگری را ترغیب و باعث افزایش درآمد شود
(گئورگوداکی و همکاران ^۶ ، ۲۰۱۷: ۲۲۴)	تقویت میراث فرهنگی، امکانات حمل و نقل برای گردشگران، نظارت بر شرایط موجود گردشگری فرهنگی و ارتقاء هر چه بیشتر فعالیت‌های گردشگری، آموزش مردم محلی در زمینه حفاظت از بناها و آثار تاریخی و همچنین آشناسازی و آگاهی آن‌ها با اصول پایداری گردشگری، فرهنگ‌سازی در بین روستاییان در زمینه پذیرش گردشگران و فعالیتهای گردشگری

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مباحث بیان شده و به دلیل اهمیت توسعه گردشگری فرهنگی در روستاها، مرور ادبیات داخلی و خارجی در زمینه راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی نشان داد که در برخی از پژوهش‌های توسعه گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک سوات^۷ انجام شده است (حسین‌زاده و قاسم‌زاده، ۱۳۹۶؛ گئورگوداکی و همکاران، ۲۰۱۷؛ دهقان‌پور و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین تعدادی دیگر از مطالعات، استراتژی‌های توسعه گردشگری تجاری را با استفاده از روش دلفی کلاسیک استخراج نموده‌اند (مارکوئیس و سانتوس^۸، ۲۰۱۷؛ سوفرونو، ۲۰۱۸؛ لانی، ۲۰۰۹). در این تحقیق تلاش شده است تا با

1. Phillips
2. Shen et al
3. Mottiar
4. Sofronov
5. Lane
6. Georgudaki et al
7. SWOT
8. Marques, J. & Santos

ترکیب دو روش کاربردی تکنیک دلفی فازی و رویکرد تئوری زمینه‌ای، معیار متدولوژیکی پژوهش ارتقاء یافته و بتوان هم‌زمان هم گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی را شناسایی و هم این گام‌ها را وزن‌دهی و اولویت‌بندی نمود تا مشخص گردد ابتدا باید کدام گام توسعه برداشته شود و کدام گام در مراحل بعدی در اولویت اجرا قرار می‌گیرد. این ترکیب روش‌شناسی و هم‌زمان نمودن شناسایی و اولویت‌بندی گام‌های توسعه، نوآوری پژوهش مذکور بوده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ پارادایم از نوع تحقیقات آمیخته کیفی-کمی با رویکرد اکتشافی بوده و با هدف شناسایی گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان انجام شده است. به دلیل گستردگی و اهمیت موضوع در استان لرستان، این گام‌ها باید بر مبنای خرد جمعی شناسایی شوند. بنابراین روش دلفی فازی در کنار روش تئوری زمینه‌ای، اساس این پژوهش قرار گرفت تا علاوه بر ارتباط مؤثر با خبرگان گردشگری فرهنگی و دستیابی سریع به اجماع میان نظرات آنها، با به کارگیری اعداد فازی به جای اعداد قطعی به نتایج نزدیک به واقعیت دست یافت. بر این اساس روش تحقیق پژوهش حاضر در دو مرحله طراحی شده است.

در مرحله اول، با توجه به نبود راهنما و ساختاری مشخص در خصوص گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان، به منظور شناسایی این گام‌ها، با روش نمونه‌گیری هدفمند، ۱۹ مصاحبه نیمه‌ساختار یافته با خبرگان گردشگری فرهنگی در سازمان گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی استان، اداره کل حفاظت محیط‌زیست استان و اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان لرستان انجام شد. معیار انتخاب خبرگان مذکور، آشنایی با مفاهیم گردشگری و دارا بودن تجربیات مفید در حوزه گردشگری روستایی بود. این مصاحبه متشکل از چند سؤال باز و کلیدی بود. سؤال اول در ارتباط با مفهوم گردشگری فرهنگی و پیش‌نیازهای شکل‌گیری این نوع گردشگری بود. سؤال دوم مرتبط با چشم‌انداز توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان و سؤال سوم، بیانگر آن بود که چه گام‌هایی برای توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان باید برداشته شود. پس از انجام مصاحبه‌ها، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در استان

لرستان شناسایی شدند. در مرحله دوم با توجه به شناسایی این گام‌ها و احتمال وجود سوگیری در نظرات آن‌ها، به منظور حصول اطمینان از صحت، دقت، کاربردی بودن و جامعیت گام‌های شناسایی شده و همچنین جهت اولویت‌بندی گام‌های توسعه از طریق اجماع نظر خبرگان، از روش دلفی فازی استفاده شد.

روش دلفی فازی

روش دلفی یک فرایند قوی مبتنی بر ساختار ارتباطی گروهی است که در مواردی که دانشی ناکامل و نامطمئن در دسترس باشد (هادر و هادر^۱، ۱۹۹۵). با هدف دستیابی به اجماع گروهی در بین خبرگان استفاده می‌شود (کینی و همکاران^۲، ۲۰۰۱). در روش دلفی کلاسیک، نظرات خبرگان در قالب اعداد قطعی بیان می‌شود، در حالی که افراد خبره از شایستگی‌های ذهنی خود برای بیان نظر استفاده می‌کنند و این نشان‌دهنده عدم قطعیت حاکم بر این شرایط است. احتمالی بودن عدم قطعیت، با مجموعه‌های فازی سازگاری دارد. بنابراین بهتر است داده‌ها در قالب زبان طبیعی از خبرگان اخذ و با استفاده از مجموعه‌های فازی مورد تحلیل قرار گیرند (آذر و فرجی^۳، ۲۰۱۰: ۱۱). بدین منظور، پیشنهاد ادغام روش دلفی سنتی با تئوری فازی تحت عنوان روش دلفی فازی ارائه شد (موری و همکاران^۴، ۱۹۸۵: ۷۸). در این روش از توابع عضویت برای نشان دادن نظر خبرگان استفاده می‌شود (کارداراس و همکاران^۵، ۲۰۱۳: ۲۳۳۶).

(ایشیکاوا و همکاران^۶، ۲۰۱۳)، با به کارگیری تئوری فازی در روش دلفی، الگوریتم یکپارچه دلفی فازی را توسعه دادند. مزیت روش دلفی فازی در توجه به هر یک از نظرات و یکپارچه نمودن آنها برای دستیابی به توافق گروهی است (کیو و چنگ^۷، ۲۰۰۸: ۱۹۳۵). مراحل اجرایی این روش ترکیبی از روش دلفی سنتی و تحلیل داده‌های هر مرحله با استفاده از تعاریف نظریه مجموعه‌های فازی است. به منظور فازی‌سازی نظرات خبرگان از اعداد فازی استفاده می‌شود. اعداد فازی، مجموعه‌های فازی هستند که در مواجهه با عدم قطعیت در مورد یک پدیده به همراه داده‌های عددی تعریف می‌شوند. در این مطالعه از

1. Hader & Hader
1. Keeney et al
2. Azar & Faraji
3. Murrey et al
4. Kardaras et al
5. Ishikawa et al
6. Kuo & Cheng

عدد فازی مثلثی استفاده شده است. عدد فازی مثلثی با سه عدد حقیقی به صورت $m = (L, m, u)$ نمایش داده می‌شود.

روش‌های مختلفی برای فازی‌زدایی مقادیر نهایی هر یک از شاخص‌ها وجود دارد. در این مطالعه از روش ساده مرکز ثقل بر اساس رابطه ۱ برای فازی‌زدایی مقادیر هر یک از مراحل دلفی استفاده شد (چنگ و همکاران^۱، ۲۰۰۹: ۷۵۷؛ هسیو و همکاران^۲، ۲۰۱۰: ۵؛ وو و فانگ^۳، ۲۰۱۱: ۷۵۵).

$$S_j = \frac{u_j + m_j + l_j}{3} \quad \text{رابطه ۱}$$

نکته مهم در اجرای تکنیک دلفی اندازه گروه خبرگان است. در ارتباط با اندازه گروه مورد نیاز برای دلفی سنتی و دلفی فازی اجماع نظر وجود ندارد (مولن^۴، ۲۰۰۳: ۳۹). اما اندازه معمول گروه خبرگان بین ۸ تا ۱۲ (کاولی اسفورزا و اورتولانو^۵، ۱۹۸۴: ۳۲۷) یا بین ۱۰ تا ۱۸ نفر است (اوکولی و پائولوسکی^۶، ۲۰۰۴: ۱۷). در پژوهش حاضر اعضای گروه خبرگان گروهی از کارشناسان سازمان‌های گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی، اداره کل محیط زیست و اداره کل آبخیزداری استان لرستان به تعداد ۱۹ متخصص بودند که بر اساس چهار ویژگی دانش، تجربه، تمایل و زمان کافی برای شرکت در مراحل دلفی با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی شناسایی و انتخاب شدند.

روش تئوری بنیانی

برخلاف مدل‌های قیاسی، روش تئوری بنیانی با یک فرضیه یا یک سؤال شروع نمی‌شود. در عوض با یک توصیف خوب از مسئله و پدیده‌ای که محقق آن را برای تبیین نظریه ناکافی می‌داند شروع می‌شود. منابع داده‌ها در این راهبرد استفاده از مصاحبه عمیق، مشاهدات میدانی و اسناد و مدارکی مانند رویدادهای تاریخی، رسانه‌ها و روزنامه‌ها است. گردآوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها به صورت مستمر صورت می‌گیرد. پژوهشگران با در نظر گرفتن دیدگاه‌های افراد، گروه‌ها و سازمان‌های تحت مطالعه، مسئولیت و

1. Cheng et al
2. Hsu et al
3. Wu & Fang
4. Mullen
5. Cavalli-Sforza & Ortolano
6. Okoli & Pawlowski

نقش بزرگی در تفسیر و تحلیل داده‌ها بر عهده دارند. علاوه بر آن مسئولیت تفسیر دیده‌ها، شنیده‌ها و خواننده‌های خود را نیز بر عهده دارند. یکی از مهم‌ترین گام‌ها در فرایند نظریه‌پردازی بنیانی، مرحله کدگذاری می‌باشد. کدگذاری نوعی تحلیل است که به معنای اختصاص نزدیک‌ترین مفهوم به کوچک‌ترین جزء با معنی هر بخش از داده‌های گردآوری شده است. در کدگذاری داده‌ها تجزیه و مفهوم‌سازی شده و به شکل تازه‌ای کنار هم قرار داده می‌شوند. این همان فرایند اصلی است که طی آن نظریه بر اساس داده‌ها تدوین می‌شود. فرایند کدگذاری از داده‌ها آغاز و طی فرایند انتزاع به تدوین نظریه منتهی می‌شود (گلاسر و همکاران، ۱۹۶۷: ۲۴).

یافته‌ها

ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه

جدول ۲ ویژگی‌های حرفه‌ای اعضای گروه خبرگان دلفی را نشان می‌دهد. پس از تعیین اعضای گروه، پرسشنامه‌های هر دور به صورت حضوری و در مواردی که امکان دسترسی به خبرگان وجود نداشت به شیوه الکترونیکی توزیع و جمع‌آوری شد.

جدول ۲. مشخصات اعضای گروه خبرگان در زمینه گردشگری فرهنگی

کد مشخص	جایگاه سازمانی	محل خدمت	سطح تحصیلات	سابقه کار (سال)
E_1	کارشناس منابع انسانی	اداره کل حفاظت محیط زیست	کارشناسی ارشد	۱۵
E_2	کارشناس منابع انسانی	اداره کل حفاظت محیط زیست	کارشناسی ارشد	۱۴
E_3	عضو هیأت علمی دانشگاه	دانشگاه	دکتری	۱۵
E_4	کارشناس منابع انسانی	اداره کل حفاظت محیط زیست	کارشناسی ارشد	۱۷
E_5	کارشناس منابع انسانی	اداره کل حفاظت محیط زیست	کارشناسی ارشد	۱۳
E_6	کارشناس منابع انسانی	اداره کل حفاظت محیط زیست	دکتری	۵
E_7	رئیس کارگروه تحقیقاتی گردشگری	اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	دانشجوی دکتری	۱۰
E_8	رئیس کارگروه سرمایه‌گذاری گردشگری	اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	کارشناسی ارشد	۱۷
E_9	کارشناس اجرایی	اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	کارشناسی ارشد	۱۲
E_{10}	کارشناس اجرایی	اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	دکتری	۲۰

ادامه جدول ۲

کد متخصص	جایگاه سازمانی	محل خدمت	سطح تحصیلات	سابقه کار (سال)
E_{11}	کارشناس گردشگری	اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	کارشناسی ارشد	۲۵
E_{12}	عضو هیئت علمی	اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	دکتری	۲۵
E_{13}	عضو هیئت علمی	دانشگاه	دکتری	۸
E_{14}	رئیس اداره ممیزی و خدنگاری اراضی	اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری	کارشناسی ارشد	۲۱
E_{15}	کارشناس ممیزی	اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری	کارشناسی ارشد	۸
E_{16}	کارشناس ممیزی	اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری	کارشناسی ارشد	۲۲
E_{17}	هیئت علمی	دانشگاه	دکتری	۴
E_{18}	کارشناس اجرایی	اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری	کارشناسی	۸

منبع: یافته‌های پژوهش

هم‌چنین میزان آشنایی خبرگان با صنعت گردشگری روستایی نشان داد که $63/2$ درصد خبرگان با صنعت گردشگری روستایی آشنایی کامل داشتند. همچنین $31/6$ درصد در سطح زیاد و $5/3$ درصد خبرگان نیز در سطح متوسط با گردشگری روستایی آشنا بودند.

نتایج حاصل از رویکرد تئوری زمینه‌ای

تحلیل داده‌های میدانی شامل مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌های باز به روش گراندد تئوری و طی سه کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. تعداد ۱۹ مصاحبه با مدت زمان حدود ۴۵ تا ۶۰ دقیقه در این مرحله انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌ها به طور عمیق مورد بررسی قرار گرفت و ۳۳ مقوله اولیه شناسایی شد. در مرحله کدگذاری محوری، بین مقوله‌های فرعی شناسایی شده ارتباط برقرار شد و مقوله‌ها در قالب هشت مقوله محوری و در نهایت در چهار مفهوم اصلی دسته‌بندی شدند. فرآیند استخراج کدها و نحوه دسته‌بندی مفاهیم با توجه به اصول کدگذاری در روش تئوری بنیانی یعنی اختصاص نزدیک‌ترین مفهوم به کوچک‌ترین جزء با معنی هر بخش از داده‌های گردآوری شده، انجام شد (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج حاصل از رویکرد تنوری زمینه‌ای

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	مقوله‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز
آموزش و نوآوری	آموزش و ترغیب	آموزش فعالین حوزه گردشگری (راهنمایان و دفاتر خدمات گردشگری) جهت آشنایی با این نوع گردشگری
		داشتن برنامه‌های آموزشی مستمر و منسجم جهت بالا بردن پذیرش اجتماعی روستاییان
		آموزش جوامع محلی در روستاهای مورد نظر (عمومی و تخصصی)
		مقتاعدسازی مردم محلی برای مشارکت اجتماعی در پروژه‌های گردشگری
	نوآوری و تبلیغات	اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری
		انجام مطالعات امکان‌سنجی توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای شناسایی شده نوآوری در ارائه خدمات و معرفی مقاصد گردشگری
کالبدی-زیرساختی	زیرساختی-رفاهی	شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری
		ایجاد زیرساخت‌های خدماتی گردشگری (اقامتگاه، پذیرایی، تفریحی، سیستم بانکی و ...)
		ایجاد یا بهسازی زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و ...)
	کالبدی-ساختاری	اجرای طرح‌های هادی روستایی مبتنی بر گردشگری (طرح‌های مطالعاتی گردشگری) در روستاهای هدف گردشگری
		برنامه‌ریزی برای افزایش سطح امنیت گردشگران
		سهیل تغییر کاربری اراضی جهت توسعه اماکن گردشگری
حمایتی- نهادی	اقتصادی و سرمایه‌گذاری	معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی در نظر گرفتن مشوق‌های دولتی از جمله تخفیفات مالیاتی، عوارض ساختمانی و غیره جهت ایجاد اماکن گردشگری
		ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان
		حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی مربوط به گردشگری در مناطق روستایی
حمایتی- نهادی	اقتصادی و سرمایه‌گذاری	معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی در نظر گرفتن مشوق‌های دولتی از جمله تخفیفات مالیاتی، عوارض ساختمانی و غیره جهت ایجاد اماکن گردشگری
		ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان
		حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی مربوط به گردشگری در مناطق روستایی
	قانونی-نهادی	حمایت از توسعه صنایع دستی در روستاهای هدف گردشگری
		همکاری و هماهنگی سازمان‌های دست‌اندرکار (سازمان گردشگری، منابع طبیعی، محیط‌زیست و ...)
		تسهیل در اجرای ضوابط، قوانین و مقررات مربوط به برنامه‌های فرهنگی در روستاها
		طراحی مسیرهای ارتباطی مخصوص گردشگری روستایی (محور، مسیر، طراحی)
		برگزاری نشست‌ها و کارگروه‌های مختلف جهت تدوین مقررات و قوانین هماهنگ با مناطق گردشگری
		حمایت از کارآفرینان روستایی فعال در بخش گردشگری

ادامه جدول ۳

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	مفوله‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز
فرهنگی-تبلیغاتی	آداب و رسوم محلی	برگزاری جشنواره‌های موسیقی و رقص محلی جهت معرفی و احیاء آنها
		وجود راهنماهای محلی برای هدایت گردشگران
		برگزاری جشنواره‌های طبخ غذاهای محلی جهت معرفی و احیاء آنها
		احیاء لباس محلی از طریق حمایت از تولید کنندگان این لباس ها و معرفی آنها
		احیاء و توسعه صنایع دستی فراموش شده در روستاها
	تبلیغاتی و فرهنگ‌سازی	برگزاری جشنواره های فرهنگی در روستا (جشنواره‌ها مانند: جشنواره انجیر و ...)
		توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری های خاص روستایی (خانه های روستایی، مسجد، حمام های عمومی، پلها)
		حمایت، معرفی و تبلیغات سوغات‌های محلی در روستاهای هدف گردشگری
		تشکیل و حمایت از سازمان‌های غیردولتی محلی یا گروه‌های خودیار محلی در جهت سازماندهی گروه‌های فعال روستایی (زنان، جوانان) برای تشویق دیگر روستاییان به شرکت در فعالیت‌های گردشگری
		برندسازی سوغات محلی در روستاهای هدف گردشگری

منبع: یافته‌های پژوهش

مرحله اول دلفی فازی

پس از شناسایی راهکارهای شناسایی شده توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان جهت دستیابی به اجماع نظر خبرگان در مورد صحت راهکارهای شناسایی شده از تکنیک دلفی- فازی در دو مرحله استفاده شد. بدین صورت که پرسشنامه‌ای بسته بر مبنای نتایج حاصل از روش تئوری زمینه‌ای و با به کارگیری طیف لیکرت تدوین و برای تعیین میزان اهمیت هر یک از گام‌های شناسایی شده در اختیار خبرگان قرار گرفت. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، با استفاده از رابطه‌های ۲ و ۷ میانگین فازی مثلثی و مقدار فازی‌زدایی هر یک از گام‌ها به دست آمد. میانگین قطعی به دست آمده نشان‌دهنده شدت موافقت خبرگان با هر یک از گام‌های شناسایی شده است (جدول ۵).

جدول ۴. نتایج شمارش پاسخ‌های نظرسنجی و اولویت‌بندی میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی

مرحله اول

گام‌ها	راهکارها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین فازی مثلثی			فازی زدایی
							L	m	u	
آموزش و نوآوری	اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری	۱۴	۳	۱	۱	۰	۰/۶۴۴۷	۰/۸۹۴۷	۰/۹۶۰۵	۰/۸۳۳۳
	انجام مطالعات امکان‌سنجی توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای شناسایی شده	۱۱	۵	۲	۱	۰	۰/۵۹۲۱	۰/۸۴۲۱	۰/۹۴۷۳	۰/۷۹۳۸
	آموزش فعالین حوزه گردشگری (راهنمایان و دفاتر خدمات گردشگری) جهت آشنایی با این نوع گردشگری	۹	۷	۲	۱	۰	۰/۵۶۵۷	۰/۸۱۵۷	۰/۹۴۷۳	۰/۷۷۶۲
	داشتن برنامه‌های آموزشی مستمر و منسجم جهت بالا بردن پذیرش اجتماعی روستائیان	۹	۵	۴	۱	۰	۰/۵۳۹۴	۰/۷۸۹۴	۰/۹۲۱۰	۰/۷۴۹۹
	آموزش جوامع محلی در روستاهای مورد نظر (عمومی و تخصصی)	۸	۷	۲	۲	۰	۰/۵۲۶۳	۰/۷۶۶۳	۰/۹۲۱۰	۰/۷۴۱۲
	متقاعدسازی مردم محلی برای مشارکت اجتماعی در پروژه‌های گردشگری	۸	۶	۴	۰	۱	۰/۵۲۶۳	۰/۷۶۳۱	۰/۹۰۷۸	۰/۷۳۲۴
	نوآوری در ارائه خدمات و معرفی مقاصد گردشگری	۶	۸	۴	۱	۰	۰/۵	۰/۷۵	۰/۹۲۱۰	۰/۷۲۳۶
کالبدی-زیرساختی	شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری	۱۱	۷	۱	۰	۰	۰/۶۳۱۵	۰/۸۱۱۵	۰/۹۸۶۸	۰/۸۳۳۲
	ایجاد زیرساخت‌های خدماتی گردشگری (اقامتگاه، پذیرایی، تفریحی، سیستم بانکی)	۱۴	۲	۲	۱	۰	۰/۶۳۱۵	۰/۸۱۱۵	۰/۹۴۷۳	۰/۸۲۰۱
	ایجاد یا بهسازی زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و ...)	۹	۷	۳	۰	۰	۰/۵۷۸۹	۰/۸۲۸۹	۰/۹۶۰۵	۰/۷۸۹۴
	برنامه‌ریزی برای افزایش سطح امنیت گردشگران	۱۱	۳	۴	۱	۰	۰/۵۶۵۷	۰/۸۱۵۷	۰/۹۲۱۰	۰/۷۶۷۴
	اجرای طرح‌های هادی روستایی مبتنی بر گردشگری (طرح‌های مطالعاتی گردشگری) در روستاهای هدف گردشگری	۸	۶	۴	۱	۰	۰/۵۲۶۳	۰/۷۶۶۳	۰/۹۲۱۰	۰/۷۴۱۲
تسهیل تغییر کاربری اراضی جهت توسعه اماکن گردشگری	۵	۲	۸	۴	۰	۰/۳۵۵۲	۰/۶۰۵۲	۰/۷۸۹۴	۰/۵۸۳۲	

ادامه جدول ۴

گامها	راهکارها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین فازی مثلثی			فازی زدایی
							L	m	u	
حفاظت-تعمیراتی	معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی	۹	۷	۱	۲	۰	۰/۹۳۴۲	۰/۸۰۲۶	۰/۵۵۲۶	۰/۷۶۳۱
	همکاری و هماهنگی سازمان‌های دست‌اندرکار (سازمان گردشگری، منابع طبیعی، محیط‌زیست و ...)	۸	۶	۴	۱	۰	۰/۹۲۱۰	۰/۷۷۶۳	۰/۵۲۶۳	۰/۷۴۱۲
	در نظر گرفتن مشوق‌های دولتی از جمله تخفیفات مالیاتی، عوارض ساختمانی و غیره جهت ایجاد امکان گردشگری	۷	۷	۳	۲	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۵	۰/۵	۰/۷۱۹۲
	حمایت از کارآفرینان روستایی فعال در بخش گردشگری	۷	۷	۲	۳	۰	۰/۸۹۴۷	۰/۷۳۶۸	۰/۴۸۶۸	۰/۷۰۶۱
	تسهیل در اجرای ضوابط، قوانین و مقررات مربوط به برنامه‌های فرهنگی در روستاها	۸	۴	۵	۲	۰	۰/۸۸۱۵	۰/۷۳۶۸	۰/۴۸۶۸	۰/۷۰۱۷
	حمایت از توسعه صنایع دستی در روستاهای هدف گردشگری	۵	۷	۷	۰	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۲۳۶	۰/۴۷۳۶	۰/۷۰۱۶
	ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان	۸	۲	۸	۱	۰	۰/۸۶۸۴	۰/۷۲۳۶	۰/۴۷۳۶	۰/۶۸۸۵
	طراحی مسیرهای ارتباطی مخصوص گردشگری روستایی (محور، مسیر، طراحی)	۶	۵	۶	۲	۰	۰/۸۶۸۴	۰/۶۹۷۳	۰/۴۴۷۳	۰/۶۷۱
	حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی مربوط به گردشگری مناطق روستایی	۶	۵	۳	۴	۱	۰/۸۱۵۷	۰/۶۴۴۷	۰/۴۰۷۸	۰/۶۲۲۷
	برگزاری نشست‌ها و کارگروه‌های مختلف جهت تدوین مقررات و قوانین هماهنگ با مناطق گردشگری	۶	۴	۵	۲	۲	۰/۸۰۲۶	۰/۶۳۱۵	۰/۴۰۷۸	۰/۶۱۳۹
فرهنگی-تزیینی	برگزاری جشنواره‌های موسیقی و رقص محلی جهت معرفی و احیاء آنها	۹	۶	۲	۲	۰	۰/۹۲۱۰	۰/۷۸۹۴	۰/۵۳۹۴	۰/۷۴۹۹
	وجود راهنماهای محلی برای هدایت گردشگران	۶	۸	۴	۱	۰	۰/۹۲۱۰	۰/۷۵	۰/۵	۰/۷۲۳۶
	برگزاری جشنواره‌های طبخ غذاهای محلی جهت معرفی و احیاء آنها	۷	۵	۷	۰	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۵	۰/۵	۰/۷۱۹۲
	احیاء لباس محلی از طریق حمایت از تولید کنندگان این لباس ها و معرفی آنها	۷	۵	۷	۰	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۵	۰/۵	۰/۷۱۹۲
	احیاء و توسعه صنایع دستی فراموش شده در روستاها	۶	۷	۴	۲	۰	۰/۸۹۴۷	۰/۷۲۳۶	۰/۴۷۳۶	۰/۶۹۷۳

ادامه جدول ۴

گام‌ها	راهکارها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین فازی مثلثی			فازی زدایی
							L	m	u	
فرهنگی-بومیانی	برگزاری جشنواره های فرهنگی در روستا (جشنواره‌ها مانند: جشنواره انجیر و...)	۶	۷	۴	۲	۰	۰/۸۹۴۷	۰/۷۲۳۶	۰/۴۷۳۶	۰/۶۹۷۳
	توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری های خاص روستایی (خانه های روستایی، مسجد، حمام های عمومی، پل ها و ...)	۶	۷	۴	۱	۱	۰/۸۸۱۵	۰/۷۱۰۵	۰/۴۷۳۶	۰/۶۸۸۵
	حمایت، معرفی و تبلیغات سوغات‌های محلی در روستاهای هدف گردشگری	۶	۶	۶	۰	۱	۰/۸۸۱۵	۰/۷۱۰۵	۰/۴۷۳۶	۰/۶۸۸۵
	تشکیل و حمایت از سازمان‌های غیردولتی محلی یا گروه‌های خودیار محلی در جهت سازماندهی گروه‌های فعال روستایی (زنان، جوانان) برای تشویق دیگر روستاییان به شرکت در فعالیت‌های گردشگری	۷	۳	۸	۰	۱	۰/۸۵۵۲	۰/۶۹۷۳	۰/۴۶۰۵	۰/۶۷۱
	برندسازی سوغات محلی در روستاهای هدف گردشگری	۴	۷	۷	۰	۱	۰/۸۶۸۴	۰/۶۷۱۰	۰/۴۳۴۲	۰/۶۵۷۸

منبع: یافته‌های پژوهش

پس از انجام مرحله اول نظرسنجی، مؤلفه‌هایی که نتیجه میانگین فازی زدایی آن‌ها از ۰/۲۵ کمتر شده، حذف گردیده، سپس لازم است تا مرحله دوم نیز انجام شود تا نتایج هر دو مرحله با هم مقایسه و نتیجه مشخص شود به دلیل آنکه هیچکدام از مؤلفه‌ها از ۰/۲۵ کمتر نیست، لذا در این مرحله مؤلفه حذف شده‌ای وجود نداشت.

نظرسنجی مرحله دوم

پس از مشخص شدن تعداد پاسخ‌های داده شده به راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی در مرحله دوم و بعد از محاسبه میانگین فازی مثلثی برای عوامل از فرمول ساده مرکز ثقل، رابطه (۷)، اعداد فازی قطعی شده برای هر مؤلفه محاسبه می‌شود. نتایج حاصل از میانگین فازی و فازی زدایی عوامل، در مرحله دوم به شرح جدول (۵) ارائه شده است.

جدول ۵. نتایج شمارش پاسخ‌های نظرسنجی و اولویت‌بندی میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی

مرحله دوم

گام‌ها	راهکارها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین فازی مثلثی			فازی زدایی
							l	m	u	
آموزش و نوآوری	اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری	۱۲	۳	۳	۱	۰	۰/۹۳۴۲	۰/۸۴۲۱	۰/۵۹۲۱	۰/۷۸۹۴
	متقاعدسازی مردم محلی برای مشارکت اجتماعی در پروژه‌های گردشگری	۴	۱۱	۳	۰	۱	۰/۹۳۴۲	۰/۷۷۶۳	۰/۵۳۹۴	۰/۷۴۹۹
	انجام مطالعات امکانسنجی توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای شناسایی شده	۸	۵	۵	۱	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۶۳۱	۰/۵۱۳۱	۰/۷۲۸
	آموزش فعالان حوزه گردشگری (راهنمایان و دفاتر خدمات گردشگری) جهت آشنایی با این نوع گردشگری	۶	۸	۴	۱	۰	۰/۹۲۱۰	۰/۷۵	۰/۵	۰/۷۲۳۶
	آموزش جوامع محلی در روستاهای مورد نظر (عمومی و تخصصی)	۵	۱۰	۲	۲	۰	۰/۹۲۱۰	۰/۷۳۶۸	۰/۴۸۶۸	۰/۷۱۴۸
	نوآوری در ارائه خدمات و معرفی مقاصد گردشگری	۵	۹	۴	۰	۱	۰/۹۰۷۸	۰/۷۲۳۶	۰/۴۸۶۸	۰/۷۰۶۰
کالبدی-زیرساختی	داشتن برنامه‌های آموزشی مستمر و منسجم جهت بالا بردن پذیرش اجتماعی روستاییان	۴	۹	۵	۱	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۱۰۵	۰/۴۶۰۵	۰/۶۹۲۹
	میانگین گام آموزش و نوآوری									
	شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری	۱۱	۳	۵	۰	۰	۰/۹۳۴۲	۰/۸۲۸۹	۰/۵۷۸۹	۰/۷۸۰۶
	ایجاد یا بهسازی زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و ...)	۸	۶	۵	۰	۰	۰/۹۳۴۲	۰/۷۸۹۴	۰/۵۳۹۴	۰/۷۵۴۳
	ایجاد زیرساخت‌های خدماتی گردشگری (اقامتگاه، پذیرایی، تفریحی، سیستم بانکی و ...)	۷	۸	۳	۱	۰	۰/۹۳۴۲	۰/۷۷۶۳	۰/۵۲۶۳	۰/۷۴۵۶
	برنامه‌ریزی برای افزایش سطح امنیت گردشگران	۸	۴	۷	۰	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۶۳۱	۰/۵۱۳۱	۰/۷۲۸
اجرای طرح‌های هادی روستایی مبتنی بر گردشگری (طرح‌های مطالعاتی گردشگری) در روستاهای هدف گردشگری	۴	۸	۵	۲	۰	۰/۸۱۱۵	۰/۶۸۴۲	۰/۴۳۴۲	۰/۶۶۶۶	

ادامه جدول ۵

فازی زدایی	میانگین فازی مثلثی			خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	راهکارها	گام‌ها
	l	m	u							
۰/۶۵۳۴	۰/۴۲۱۰	۰/۶۷۱۰	۰/۸۶۸۴	۰	۳	۴	۸	۴	تسهیل تغییر کاربری اراضی جهت توسعه اماکن گردشگری	
۰/۷۲۱۴	۰/۵۰۲۱	۰/۷۵۲۱	۰/۹۱۰۰	میانگین گام کلیدی-زیرساختی						
۰/۷۳۲۴	۰/۵۱۳۱	۰/۷۶۳۱	۰/۹۲۱۰	۰	۰	۶	۶	۷	ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان	توسعه گردشگری
۰/۷۲۸۰	۰/۵	۰/۷۵	۰/۹۳۴۲	۰	۲	۱	۱۱	۵	معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی	
۰/۷۱۹۲	۰/۵	۰/۷۵	۰/۹۰۷۸	۰	۱	۵	۶	۷	همکاری و هماهنگی سازمان‌های دست‌اندرکار (سازمان گردشگری، منابع طبیعی، محیط‌زیست و ...)	
۰/۷۱۰۴	۰/۴۸۶۸	۰/۷۲۳۶	۰/۹۲۱۰	۱	۰	۳	۱۱	۴	حمایت از کارآفرینان روستایی فعال در بخش گردشگری	
۰/۷۰۱۶	۰/۴۷۳۶	۰/۷۲۳۶	۰/۹۰۷۸	۰	۱	۵	۸	۵	حمایت از توسعه صنایع دستی در روستاهای هدف گردشگری	
۰/۶۹۲۹	۰/۴۶۰۵	۰/۷۱۰۵	۰/۹۰۷۸	۰	۰	۷	۸	۴	طراحی مسیرهای ارتباطی مخصوص گردشگری روستایی (محور، مسیر، طراحی)	
۰/۶۷۹۷	۰/۴۴۷۳	۰/۶۹۷۳	۰/۸۹۴۷	۰	۲	۴	۹	۴	در نظر گرفتن مشوق‌های دولتی از جمله تخفیفات مالیاتی، عوارض ساختمانی و غیره جهت ایجاد اماکن گردشگری	
۰/۶۷۱	۰/۴۴۷۳	۰/۶۸۴۲	۰/۸۸۱۵	۱	۱	۴	۹	۴	تسهیل در اجرای ضوابط، قوانین و مقررات مربوط به برنامه‌های فرهنگی در روستاها	
۰/۶۷۱	۰/۴۴۷۳	۰/۶۹۷۳	۰/۸۶۸۴	۰	۳	۴	۶	۶	حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی مربوط به گردشگری در مناطق روستایی	
۰/۶۴۴۶	۰/۴۲۱۰	۰/۶۵۷۸	۰/۸۵۵۲	۱	۱	۶	۷	۴	برگزاری نشست‌ها و کارگروه‌های مختلف جهت تدوین مقررات و قوانین هماهنگ با مناطق گردشگری	
۰/۶۹۵۰	۰/۴۶۹۶	۰/۷۱۵۷	۰/۸۹۹۹	میانگین گام حمایتی - نهادی						

ادامه جدول ۵

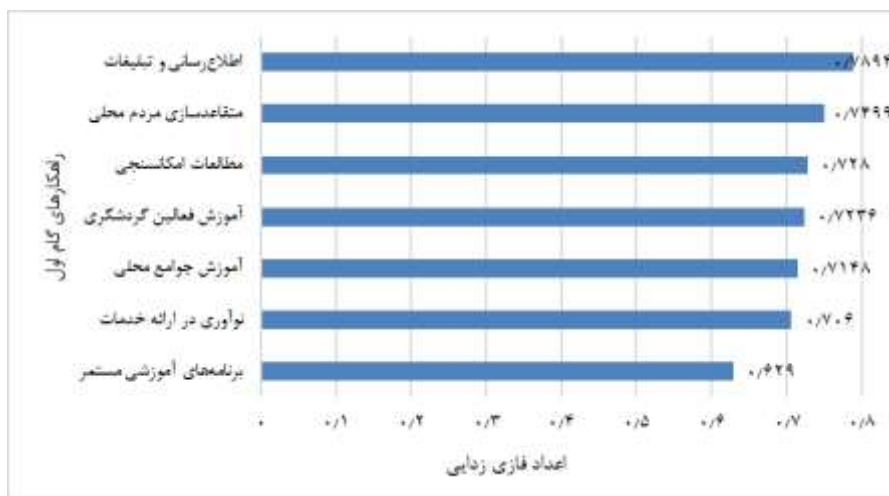
گام‌ها	راهکارها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین فازی مثلثی			فازی زدایی
							l	m	u	
میانگین گام حمایتی - نهادی										
	توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری های خاص روستایی (خانه های روستایی، مسجد، حمام های عمومی، پل ها و ...)	۶	۱۱	۱	۱	۰	۰/۹۶۰۵	۰/۷۸۹۴	۰/۵۳۹۴	۰/۷۶۳۱
	احیاء و توسعه صنایع دستی فراموش شده در روستاها	۸	۴	۷	۰	۰	۰/۹۰۷۸	۰/۷۶۳۱	۰/۵۱۳۱	۰/۷۲۸
	تشکیل و حمایت از سازمان‌های غیردولتی محلی یا گروه‌های خودیار محلی در جهت سازماندهی گروه‌های فعال روستایی (زنان، جوانان) برای تشویق دیگر روستاییان به شرکت در فعالیت‌های گردشگری	۴	۱۱	۳	۰	۱	۰/۹۲۱۰	۰/۷۲۳۶	۰/۴۸۶۸	۰/۷۱۰۴
	برندسازی سوغات محلی در روستاهای هدف گردشگری	۵	۹	۴	۰	۱	۰/۹۰۷۸	۰/۷۲۳۶	۰/۴۸۶۸	۰/۷۰۶۰
	حمایت، معرفی و تبلیغات سوغات‌های محلی در روستاهای هدف گردشگری	۳	۱۱	۴	۱	۰	۰/۹۲۱۰	۰/۷۱۰۵	۰/۴۶۰۵	۰/۶۹۷۳
	برگزاری جشنواره‌های موسیقی و رقص محلی جهت معرفی و احیاء آنها	۴	۱۰	۳	۱	۱	۰/۸۹۴۷	۰/۶۹۷۳	۰/۴۶۰۵	۰/۶۸۴۱
	وجود راهتاهای محلی برای هدایت گردشگران	۶	۵	۷	۱	۰	۰/۸۸۱۵	۰/۷۱۰۵	۰/۴۶۰۵	۰/۶۸۴۱
	برگزاری جشنواره های فرهنگی در روستا (جشنواره‌ها مانند: جشنواره انجیر و ...)	۵	۸	۳	۲	۱	۰/۸۶۸۴	۰/۶۸۴۲	۰/۴۴۷۳	۰/۶۶۶۶
	برگزاری جشنواره‌های طبخ غذاهای محلی جهت معرفی و احیاء آنها	۴	۷	۶	۱	۱	۰/۸۵۵۲	۰/۶۵۷۸	۰/۴۲۱۰	۰/۶۴۴۶
	احیای لباس محلی از طریق حمایت از تولید کنندگان این لباس ها و معرفی آنها	۴	۷	۵	۲	۱	۰/۸۴۲۱	۰/۶۴۴۷	۰/۴۰۷۸	۰/۶۳۱۵
میانگین گام فرهنگی-تبلیغاتی										
							۰/۸۹۶	۰/۶۳۸۱	۰/۴۶۸۳	۰/۶۹۱۵

فرهنگی-تبلیغاتی

منبع: یافته‌های پژوهش

اولویت‌بندی راهکارهای دسته‌بندی شده در هر گام

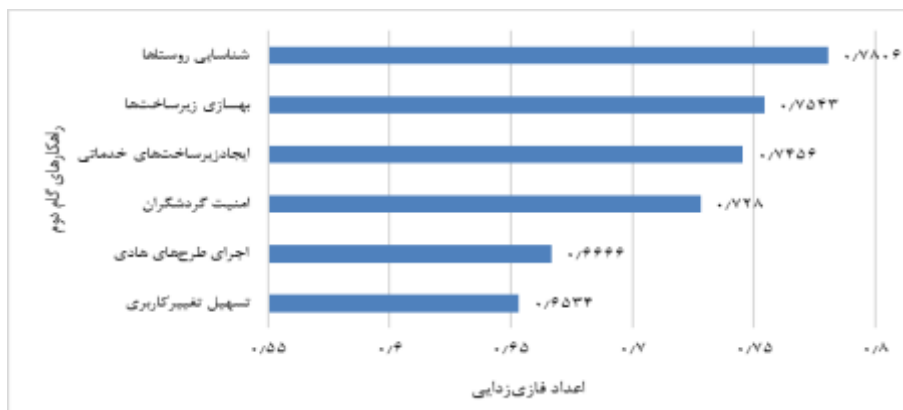
گام ۱ (آموزش و نوآوری): در این گام، بیشترین توافق خبرگان در خصوص راهکارهای اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری با امتیاز فازی زدایی (۰/۷۸۹۴)، متقاعدسازی مردم محلی برای مشارکت اجتماعی در پروژه‌های گردشگری با امتیاز (۰/۷۴۹۹) و انجام مطالعات امکان‌سنجی توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای شناسایی شده با امتیاز (۰/۷۲۸)، است و نوآوری در ارائه خدمات و معرفی مقاصد گردشگری با امتیاز (۰/۷۰۶۰) و داشتن برنامه‌های آموزشی مستمر و منسجم جهت بالا بردن پذیرش اجتماعی روستاییان با امتیاز (۰/۶۹۲۹) به ترتیب در اولویت‌های پایین این گام از نظر خبرگان قرار دارند (نمودار ۱).



نمودار ۱. مقایسه امتیاز فازی زدایی راهکارهای موجود در گام آموزش و نوآوری (منبع: یافته‌های پژوهش)

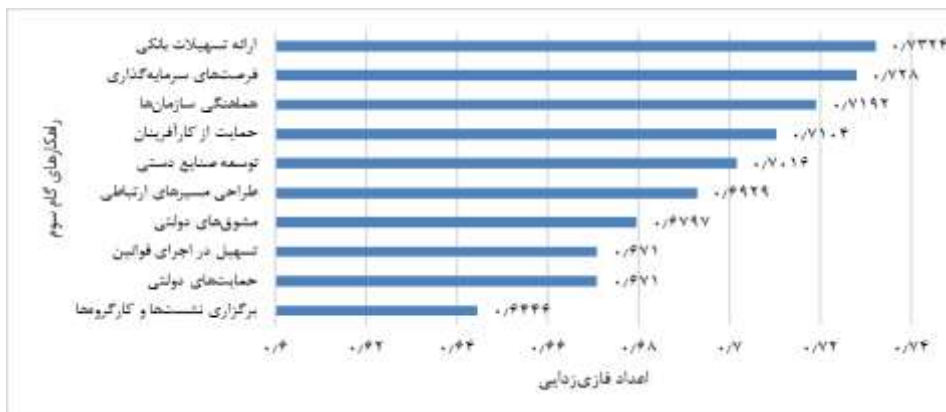
گام ۲ (کالبدی-زیرساختی): در گام ۲ نیز بیشترین توافق خبرگان در خصوص راهکارهای، شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری با امتیاز فازی زدایی (۰/۷۸۰۶)، ایجاد یا بهسازی زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و ...) با امتیاز (۰/۷۵۴۳) و ایجاد زیرساخت‌های خدماتی گردشگری (اقامتگاه، پذیرایی، تفریحی، سیستم بانکی و ...) با امتیاز (۰/۷۴۵۹)، بود و اجرای طرح‌های هادی روستایی مبتنی بر گردشگری (طرح‌های مطالعاتی گردشگری) در روستاهای

هدف گردشگری با امتیاز (۰/۶۶۶۶) و تسهیل تغییر کاربری اراضی جهت توسعه اماکن گردشگری نیز با امتیاز (۰/۶۵۳۴) در اولویت‌های پایین‌تر در این گام از نظر خبرگان قرار گرفتند (نمودار ۲).



نمودار ۲. مقایسه امتیاز فازی‌زدایی راهکارهای موجود در گام کالبدی- زیرساختی (منبع: یافته‌های پژوهش)

گام ۳ (حمایتی- نهادی): در این گام بیشترین توافق خبرگان در خصوص راهکارهای ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان با امتیاز فازی‌زدایی (۰/۷۳۲۴)، معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی داخلی و خارجی با امتیاز (۰/۷۲۸) و همکاری و هماهنگی سازمان‌های دست‌اندرکار (سازمان گردشگری، منابع طبیعی، محیط‌زیست و ...) با امتیاز (۰/۷۱۹۲) به ترتیب بالاترین اولویت را در این گام به خود اختصاص داده‌اند و راهکارهای حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی مربوط به گردشگری در مناطق روستایی با امتیاز (۰/۶۷۱) و برگزاری نشست‌ها و کارگروه‌های مختلف جهت تدوین مقررات و قوانین هماهنگ با مناطق گردشگری با امتیاز (۰/۶۴۴۶) به ترتیب در اولویت‌های پایین‌تر این گام از نظر خبرگان قرار دارند (نمودار ۳).



نمودار (۳). مقایسه امتیاز فازی‌زدایی راهکارهای موجود در گام حمایتی-نهادی (منبع: یافته‌های پژوهش)

گام ۴ (فرهنگی-تبلیغاتی): در نهایت در گام ۴ (گام فرهنگی-تبلیغاتی)، بیشترین توافق خبرگان در خصوص راهکارهای توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری‌های خاص روستایی (خانه‌های روستایی، مسجد، حمام‌های عمومی، پل‌ها و ...) با امتیاز فازی‌زدایی (۰/۷۶۳۱)، احیاء و توسعه صنایع دستی فراموش شده در روستاها با امتیاز (۰/۷۲۸) و تشکیل و حمایت از سازمان‌های غیردولتی محلی یا گروه‌های خودیار محلی در جهت سازماندهی گروه‌های فعال روستایی (زنان، جوانان) برای تشویق دیگر روستاییان به شرکت در فعالیت‌های گردشگری با امتیاز فازی‌زدایی (۰/۷۱۰۴) است. همچنین راهکارهای برگزاری جشنواره‌های طبخ غذاهای محلی جهت معرفی و احیاء آنها با امتیاز فازی‌زدایی (۰/۶۴۴۶) و احیاء لباس محلی از طریق حمایت از تولید کنندگان این لباس‌ها و معرفی آنها با امتیاز (۰/۶۳۱۵) در اولویت‌های پایین‌تر این گام از نظر خبرگان قرار گرفتند (نمودار ۴).



نمودار (۴). مقایسه امتیاز فازی زدایی راهکارهای موجود در گام فرهنگی - تبلیغاتی (منبع: یافته‌های پژوهش)

محاسبه اختلاف میانگین دو مرحله

پس از اینکه نظرسنجی هر دو مرحله انجام شد، و راهکارهای موجود در هر گام در مرحله دوم نظرسنجی اولویت‌بندی شدند، لازم است که اختلاف بین میانگین فازی زدایی شده راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. در اینجا برای گرفتن اختلاف میانگین از اعداد گرد نشده استفاده شده است. بررسی اختلاف میانگین فازی زدایی شده راهکارهای مدیریت بحران در مرحله اول و دوم به شرح جدول (۶) است.

جدول ۶. تفاوت میانگین مرحله اول با مرحله دوم راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی

گام‌ها	ردیف	راهکارها	مرحله اول	مرحله دوم	اختلاف دو مرحله
آموزش و نوآوری	۱	اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری	۰/۸۳۳۳	۰/۷۸۹۴	-۰/۰۴۳۹
	۲	مقاعدسازی مردم محلی برای مشارکت اجتماعی در پروژه‌های گردشگری	۰/۷۹۳۸	۰/۷۴۹۹	-۰/۰۴۳۹
	۳	انجام مطالعات امکانسنجی توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای شناسایی شده	۰/۷۷۶۲	۰/۷۲۸	-۰/۰۴۸۲
	۴	آموزش فعالین حوزه گردشگری (راهنمایان و دفاتر خدمات گردشگری) جهت آشنایی با این نوع گردشگری	۰/۷۴۹۹	۰/۷۲۳۶	-۰/۰۲۶۳
	۵	آموزش جوامع محلی در روستاهای مورد نظر (عمومی و تخصصی)	۰/۷۴۱۲	۰/۷۱۴۸	-۰/۰۲۶۴
	۶	نوآوری در ارائه خدمات و معرفی مقاصد گردشگری	۰/۷۳۲۴	۰/۷۰۶۰	-۰/۰۲۶۴
	۷	داشتن برنامه‌های آموزشی مستمر و منسجم جهت بالا بردن پذیرش اجتماعی روستاییان	۰/۷۲۳۶	۰/۶۹۲۹	-۰/۰۳۰۷

ادامه جدول ۶

گام‌ها	ردیف	راهکارها	مرحله اول	مرحله دوم	اختلاف دو مرحله
کالبدی-زیر ساختی	۱	شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری	۰/۸۳۳۲	۰/۷۸۰۶	-۰/۰۵۲۶
	۲	ایجاد یا بهسازی زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و ...)	۰/۸۲۰۱	۰/۷۵۴۳	-۰/۰۶۵۸
	۳	ایجاد زیرساخت‌های خدماتی گردشگری (اقامتگاه، پذیرایی، تفریحی، سیستم بانکی و ...)	۰/۷۸۹۴	۰/۷۴۵۶	-۰/۰۴۳۸
	۴	برنامه‌ریزی برای افزایش سطح امنیت گردشگران	۰/۷۶۷۴	۰/۷۲۸	-۰/۰۳۹۴
	۵	اجرای طرح‌های هادی روستایی مبتنی بر گردشگری (طرح‌های مطالعاتی گردشگری) در روستاهای هدف گردشگری	۰/۷۴۱۲	۰/۶۶۶۶	-۰/۰۷۴۶
حمایتی-نهادی	۶	تسهیل تغییر کاربری اراضی جهت توسعه اماکن گردشگری	۰/۵۸۳۲	۰/۶۵۳۴	۰/۰۷۰۲
	۱	ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان	۰/۷۶۳۱	۰/۷۳۲۴	-۰/۰۳۰۷
	۲	معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی	۰/۷۴۱۲	۰/۷۲۸۰	-۰/۰۱۳۲
	۳	همکاری و هماهنگی سازمان‌های دست‌انداک (سازمان گردشگری، منابع طبیعی، محیط‌زیست و ...)	۰/۷۱۹۲	۰/۷۱۹۲	۰
	۴	حمایت از کارآفرینان روستایی فعال در بخش گردشگری	۰/۷۰۶۱	۰/۷۱۰۴	۰/۰۰۴۳
	۵	حمایت از توسعه صنایع دستی در روستاهای هدف گردشگری	۰/۷۰۱۷	۰/۷۰۱۶	-۰/۰۰۰۱
	۶	طراحی مسیرهای ارتباطی مخصوص گردشگری روستایی (محور، مسیر، طراحی)	۰/۷۰۱۶	۰/۶۹۲۹	-۰/۰۰۸۷
	۷	در نظر گرفتن مشوق‌های دولتی از جمله تخفیفات مالیاتی، عوارض ساختمانی و غیره جهت ایجاد اماکن گردشگری	۰/۶۸۸۵	۰/۶۷۹۷	-۰/۰۰۸۸
	۸	تسهیل در اجرای ضوابط، قوانین و مقررات مربوط به برنامه‌های فرهنگی در روستاها	۰/۶۷۱	۰/۶۷۱	۰
	۹	حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی مربوط به گردشگری در مناطق روستایی	۰/۶۲۲۷	۰/۶۷۱	۰/۰۴۸۳
فرهنگی-تبلیغاتی	۱۰	برگزاری نشست‌ها و کارگروه‌های مختلف جهت تدوین مقررات و قوانین هماهنگ با مناطق گردشگری	۰/۶۱۳۹	۰/۶۴۴۶	۰/۰۳۰۷
	۱	توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری‌های خاص روستایی (خانه‌های روستایی، مسجد، حمام‌های عمومی، پل ها و ...)	۰/۷۴۹۹	۰/۷۶۳۱	۰/۰۱۳۲
	۲	احیاء و توسعه صنایع دستی فراموش شده در روستاها	۰/۷۲۳۶	۰/۷۲۸	۰/۰۰۴۴
	۳	تشکیل و حمایت از سازمان‌های غیردولتی محلی یا گروه‌های خودیار محلی در جهت سازماندهی گروه‌های فعال روستایی (زنان، جوانان) برای تشویق دیگر روستاییان به شرکت در فعالیت‌های گردشگری	۰/۷۱۹۲	۰/۷۱۰۴	-۰/۰۰۸۸
	۴	برندسازی سوغات محلی در روستاهای هدف گردشگری	۰/۷۱۹۲	۰/۷۰۶۰	-۰/۰۱۳۲
	۵	حمایت، معرفی و تبلیغات سوغات‌های محلی در روستاهای هدف گردشگری	۰/۶۹۷۳	۰/۶۹۷۳	۰
	۶	برگزاری جشنواره‌های موسیقی و رقص محلی جهت معرفی و احیاء آنها	۰/۶۹۷۳	۰/۶۸۴۱	-۰/۰۱۳۲
۷	وجود راهنماهای محلی برای هدایت گردشگران	۰/۶۸۸۵	۰/۶۸۴۱	-۰/۰۰۴۴	

ادامه جدول ۶

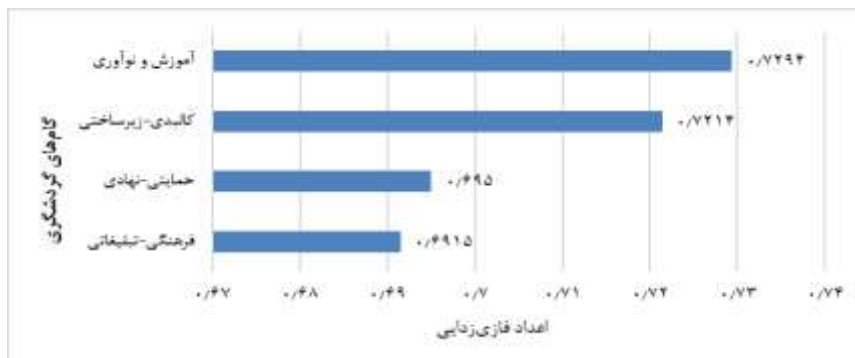
گام‌ها	ردیف	راهکارها	مرحله اول	مرحله دوم	اختلاف دو مرحله
فرهنگی - تبلیغاتی	۸	برگزاری جشنواره‌های فرهنگی در روستا (جشنواره‌ها مانند: جشنواره انجیر و ...)	۰/۶۸۸۵	۰/۶۶۶۶	۰/۰۲۱۹-
	۹	برگزاری جشنواره‌های طبخ غذاهای محلی جهت معرفی و احیاء آنها	۰/۶۷۱	۰/۶۴۴۶	۰/۰۲۶۴-
	۱۰	احیاء لباس محلی از طریق حمایت از تولید کنندگان این لباس‌ها و معرفی آنها	۰/۶۵۷۸	۰/۶۳۱۵	۰/۰۲۶۳-

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج مرحله دوم؛ در صورتی که اختلاف بین میانگین فازی‌زدایی شده در دو مرحله کمتر از ۰/۲۵ باشد، در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود. با توجه به اینکه اختلاف میانگین فازی‌زدایی شده نظر خبرگان در دو مرحله کمتر از ۰/۲۵ است، خبرگان در مورد راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان به اجماع رسیدند و نظرسنجی در این مرحله متوقف می‌شود. این بدان معنی است که خبرگان به مؤلفه‌ها و ابعاد شناسایی شده در پژوهش نگاه تقریباً یکسانی داشته‌اند (جدول ۵).

اولویت‌بندی گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی بر مبنای امتیاز حاصل از تکنیک دلفی - فازی

در این مرحله و پس از محاسبه اختلاف میانگین دو مرحله نسبت به اولویت بندی نهایی گام‌های ارائه شده اقدام گردید. بر این اساس و بر طبق نمودار ارائه شده، گام آموزش و نوآوری با میانگین کل فازی‌زدایی (۰/۷۲۹۲) در اولویت اول گام‌های ارائه شده توسعه گردشگری فرهنگی از نظر خبرگان قرار گرفت. همچنین گام کالبدی-زیرساختی با میانگین کل فازی‌زدایی (۰/۷۲۱۴)، گام حمایتی-نهادی با میانگین (۰/۶۹۵۰) و گام فرهنگی-تبلیغاتی با میانگین کل فازی‌زدایی (۰/۶۹۱۵) در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند (نمودار ۵).



نمودار ۵. اولویت‌بندی نهایی گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی (منبع: یافته‌های پژوهش)

نتیجه‌گیری و بحث

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی انجام شد. بر اساس نتایج به دست آمده از گراند تئوری گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان شامل چهار گام (آموزش و نوآوری، کالبدی-زیرساختی، حمایتی-نهادی و فرهنگی-تبلیغاتی) است. و در مرحله دوم پژوهش جهت دستیابی به اجماع نظر خبرگان در مورد صحت گام‌های شناسایی شده، از تکنیک دلفی فازی استفاده شد. بر این اساس در گام ۱ که شامل گام (آموزش و نوآوری) است و بیشترین امتیاز را نسبت به سایر گام‌ها به خود اختصاص داده است نشان از اهمیت بالای بحث آموزش و نوآوری در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی دارد. راهکار اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص روستاهای گردشگری در این گام، با بیشترین امتیاز به عنوان اولویت اول مطرح شد که این موضوع نشان از شناخت اندک گردشگران از گردشگری فرهنگی و به طور کلی گردشگری در استان لرستان دارد. لذا پیشنهاد می‌شود که مسئولین مرتبط بسترهای لازم را برای تعاملات آموزشی و فرهنگی و اطلاع‌رسانی به گردشگران در قالب پژوهش‌های آکادمیک و کاربردی (سمینارها، همایش‌ها) و تبلیغات و آموزش گردشگران به صورت (بروشورهای آموزشی، برنامه‌های صدا و سیما و...) و همچنین آموزش نیروی انسانی در روستاها به صورت فراهم نمودن ساختار آموزشی مناسب و مطابق با شرایط مردم روستایی و برگزاری کارگاه‌های

آموزشی برای آن‌ها، ایجاد نمایند و در این زمینه حسین‌زاده و قاسم‌زاده، (۱۳۹۶) و موتایر (۲۰۱۶)، کاسل و پترسون (۲۰۱۵)، دهقان‌پور و همکاران (۲۰۱۸)، گئورگوداکی و همکاران (۲۰۱۷) نیز در مطالعات خود نیز به اهمیت این موضوع اشاره نموده‌اند.

همچنین در گام دوم که شامل گام کالبدی-زیرساختی است، شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری و ایجاد یا بهسازی زیرساخت‌های ارتباطی برای گردشگران (راه دسترسی، برق، مخابرات، آب، اطلاع‌رسانی و ...) به عنوان راهکارهای مهم در این گام اولویت‌بندی شدند و در این زمینه حسین‌زاده و قاسم‌زاده (۱۳۹۶)، لانی (۲۰۰۹)، مارکوئس (۲۰۱۷)، سوفرونو (۲۰۱۸)، فیلیپس (۲۰۱۴) و شن و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعات خود به این نتایج رسیدند. در نتیجه پیشنهاد می‌شود با فراهم کردن سند توسعه گردشگری روستایی در سطح ملی توسط برنامه‌ریزان ملی و با همکاری مسئولین استانی با توجه به نبود صنایع لازم برای پیشرفت و توسعه استان، نسبت به ایجاد یا بهبود زیرساخت‌های لازم برای جذب و ورود گردشگران به استان تمهیدات لازم اندیشیده شود با این وجود برنامه‌ریزی‌های لازم برای بهبود سطح امنیت گردشگران (مانند، ایمنی سازی جاده‌ها و معابر عبود گردشگران) نیز در کنار بهسازی و ایجاد زیرساخت‌های لازم در جهت توسعه گردشگری فرهنگی در روستاها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است و هم-چنین روستاهایی که قابلیت توسعه این نوع از گردشگری را دارند به عنوان سایت گردشگری فرهنگی در استان انتخاب شوند.

در گام ۳ نیز که شامل گام (حمایتی- نهادی) است، ارائه تسهیلات بانکی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری به روستاییان و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستاهای گردشگری به سرمایه‌گذاران بومی، داخلی و خارجی به عنوان مهم‌ترین راهکارها در این گام انتخاب شدند، که (دهقان‌پور و همکاران، ۲۰۱۸)، حسین‌زاده و قاسم‌زاده (۱۳۹۶) نیز در پژوهش‌های خود به اهمیت این راهکارها اشاره کرده‌اند. در این زمینه نیز پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های دست‌اندرکار با تسهیل و فراهم کردن اعتبارات و منابع مالی لازم برای روستاییان و افراد علاقه‌مند به توسعه گردشگری در روستاها کمک نمایند و با ایجاد

چارچوب‌های لازم شناسایی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری نسبت به جذب سرمایه‌های بومی، داخلی و خارجی به توسعه و گسترش گردشگری در روستاهای استان کمک نمایند.

در نهایت و در گام ۴ نیز که گام (فرهنگی-تبلیغاتی است، راهکارهای توجه بیشتر و ساخت المان‌های فرهنگی و معماری‌های خاص روستایی (خانه‌های روستایی، مسجد، حمام‌های عمومی، پل‌ها و ...) و احیاء و توسعه صنایع دستی فراموش شده در روستاها به عنوان راهکارهای مهم در این گام اولویت‌بندی شدند که گئورگوداکی و همکاران (۲۰۱۷) و دهقان پور و همکاران (۲۰۱۸) نیز در مطالعات خود به اهمیت این راهکارها در توسعه گردشگری در مناطق روستایی توجه نموده‌اند. با توجه به اهمیت بالای معماری خاص روستایی در جذب گردشگرانی که به قصد گردشگری فرهنگی و به تعبیری بازدید از اماکن و میراث فرهنگی موجود در روستاها به این مناطق سفر می‌کنند، پیشنهاد می‌شود که تمهیدات لازم از سوی مسئولین و سازمان‌های مرتبط در جهت حفظ آثار فرهنگی و همچنین ملحوظ نمودن معماری خاص روستایی در ساخت خانه‌های روستایی و همچنین بازسازی و مرمت آثار تاریخی موجود در روستاها و برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های صنایع دستی و موسیقی و رقص‌های محلی به جذب گردشگر و در نهایت توسعه گردشگری فرهنگی در استان کمک نمایند با این وجود نقش سازمان‌های غیردولتی اعم از سازمان‌های اجتماع‌محور^۱ و سازمان‌های مردم‌نهاد^۲ از دیگر سازمان‌های مرتبط را نیز نمی‌توان نادیده گرفت.

منابع

- اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان. (۱۳۹۸). «گزارش روستاهای هدف گردشگری استان لرستان». ص ۱۵.
- حسین‌زاده، مجتبی و قاسم‌زاده، راضیه. (۱۳۹۶). «ارائه راهکارهای توسعه گردشگری پایدار روستایی با استفاده از مدل برنامه‌ریزی استراتژیک SWOT (مطالعه موردی: روستای طبس سبزواری)». فصلنامه میراث و گردشگری، صص ۵۹-۳۹.

1. CBOs
2. NGOs

کاظمی، مهدی، اسماعیلی، محمودرضا و بیگی فیروزی، الله یار. (۱۳۹۱). «تدوین و اولویت‌بندی استراتژی‌های مناسب توسعه گردشگری پایدار (مطالعه‌ی موردی: استان لرستان)». فصلنامه علمی-پژوهشی *مطالعات مدیریت گردشگری*، سال هفتم، شماره ۱۹، صص ۸۹-۶۹.

نیکانندیش، نسرین و سنگری، حسن. (۱۳۹۱). «ارزشیابی و قابلیت‌سنجی ژئومورفوسایت‌های شهرستان بوشهر با استفاده از مدل prolong». اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین. همدان. اسفند ۱۳۹۱، دانشگاه آزاد اسلامی.

Antonakakis, N., & Dragouni, M. (2018). "The Tourism and Economic Growth Enigma: Examining an Ambiguous Relationship through Multiple Prisms." *Journal of Travel Research*, 11(5), 14-28. dx.doi.org/10.1177/0047287517744671.

Asadi, R. (2011). Strategies for Development of Iran Cultural Tourism *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(8): 1021-1034, 2011

Ayhan, G., Taşlı, T., Ozkok, F., & Tatlı, H. (2019). Land use suitability analysis of rural tourism activities: Yenice, Turkey, *Tourism Management*, 36 (2020), 1-11.

Azar, A. & Faraji, H. (2010). *Fuzzy management science* (4th Ed.). Tehran: Institute Mehraban book publisher (in Farsi).

Barbieri, C., & Mahoney, E. (2010). Cultural tourism behaviour and preferences among the live-performing arts audience: An application of the univorous-omnivorous framework. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 481-496.

Byrd, E, Bosley, H. and Dronberger, M. (2009): Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Journal of tourism Management*, 30 (1): 639-703.

Carvalho, M.S.; Lima, J.; Kastenholz, E., (2014): Cultural Creativity – that Opportunity for Rural Destinations? *Journal PASOS: Revista de Turismoy Patrimonio Cultural*, Vol. 12, No. 3, PP. 635-648.

Cavalli-Sforza, V., & Ortolano, L. (1984). Delphi forecasts of land-use-transportation interactions. *Journal of Transportation Engineering*, 110(3), 324-339.

Cheng, J. H., Lee, C. M. & Tang, C.H. (2009). An Application of Fuzzy Delphi and Fuzzy AHP on Evaluating Wafer Supplier in Semiconductor Industry. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, 6 (5), 756-767.

Dashper, K. (2014), *Rural Tourism: Opportunities and Challenges*, in *Rural Tourism: An International Perspective* (Ed. Katherine Dashper), Cambridge Scholars Publishing, pp. 1-16.

Dehghanpour, M., Aslani, E., & Khademzade, M. (2018). Strategic Planning of Cultural Tourism Development in Historic City of Yazd (Case Study: Fahadan Neighbourhood), *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*

- D.J. Timothy, Participatory planning: view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26, 2, 371-391 (1999).
- Gao, J., & Wu, B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Journal of Tourism Management*, 63 (2017) 223-233.
- Georgudaki, J., Theodoropoulos, C., Konstantinopoulos, P., & Georgoudaki, E. (2017). Sustainable tourism development including the enhancement of cultural heritage in the city of Nafpaktos – Western Greece, *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, VOL. 24, NO. 3, 224–235.
- Glaser, Barney, Strauss, Anselm (1967) *The Discovery of Grounded Theory: The Strategies for Qualitative Research*, London. 1-129.
- Guo, H., & Han, F. (2010). Review on the development of rural tourism in China. *Progress in Geography*, 29(12), 1597–1605.
- Häder, M. & Häder, S. (1995). Delphi und Kognition spsychologie: Ein Zugang zur. Theoretischen Fundierung der Delphi- Methode. In: *ZUMA-Nachrichten* 37(19).
- He, J. (2011). Thoughts on tourism development in the context of urban-rural integration. *Tourism Tribune*, 11, 7–8.
- Horton, J. (2008). Producing Postman Pat: The popular cultural construction of idyllic rurality. *Journal of Rural Studies*, 24, 389–398.
- Hsueh, S.L. (2013). A Fuzzy Logic Enhanced Environmental Protection Education Model for Policies Decision Support in Green Community Development. *The ScientificWorld Journal*, 2013, 1-8.
- Hung, K., Peng, N., & Chen, A. (2019). Incorporating on-site activity involvement and sense of belonging into the Mehrabian-Russell model – The experiential value of cultural tourism destinations, *Tourism Management Perspectives* 30 (2019) 43–52.
- ICAO (2018). “Travel and Tourism a Force for Good in the World,” accessed November 7, 2018, page: 34-42. <https://www.icao.int/Meetings/iwaf2018/Documents/Travel%20and%20Tourism.pdf>.
- Ishikawa, A., T. Amagasa, T. Shiga, G. Tomizawa, R. Tatsuta and H. Mieno (1993). The Max-Min Delphi Method and Fuzzy Delphi Method via Fuzzy Integration. *Fuzzy Sets Systems*, 55(3), 241-253.
- Jarkko Saarinen, Naomi Moswete, Masego J. Monare, (2014): Cultural Tourism: New Opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana, *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, Volume 26, Issue 26, PP. 7-18.
- Kardaras, D. K., Karakostas, B. & Mamakou, X.J. (2013). Content presentation personalisation and media adaptation in tourism web sites using Fuzzy Delphi Method and Fuzzy Cognitive Maps. *Expert Systems with Applications*, 40, 2331-2342.

- Keeney, S., Hasson, F. & McKenna, H.P. (2001). A critical review of the Delphi technique as a research methodology for nursing. *Internatinal Journal of Nursing Study*, 38(2), 195-200.
- Komppula, R. The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination—A case study. *Tour. Manag.* (2014), 40, 361–371.
- Kuo, Y. F., & Chen, P. C. (2008). Constructing performance appraisal indicators for mobility of the service industries using fuzzy Delphi method. *Expert Systems with Applications*, 35, 1930-1939.
- Lane, B. (2009), Rural Tourism: An Overview, in the SAGE Handbook of Tourism Studies, (Ed. Tazim Jamal and Mike Robinson), SAGE Publications, pp. 354-370.
- Lenao, M., & Saarinen, J. (2015). Integrated rural tourism as a tool for community tourism development: Exploring culture and heritage projects in the North-East District of Botswana. *South African Geographical Journal*, 97(2), 203–216.
- María, Cristina Otero Gómez, Wilson Giraldo Pérez, (2015): Cultural Tourism in Villavicencio Colombia, *Tourism in Latin America*, PP. 105-125.
- Marques, J. & Santos, N. (2017): «Developing business tourism beyond major urban centres: The perspectives of local stakeholders», *Tourism and Hospitality Man agement*, vol. 22 (1), pp. 1-15.
- McKercher, B. & Du Cros, H. (January–February, 2003). “Testing a cultural tourism typology”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 5, Issue 1, pp. 45–58.
- Mehran, J., & Olya, H. (2018). “Progress on Outbound Tourism Expenditure Research: A Review.” *Current Issues in Tourism*, 1-27. <https://doi.org/10.108/13683500.2018.1517734>.
- Mergos, G., & Patsavos, N. (2017). Cultural Heritage and Sustainable Development, Economic benefits, social opportunities and policy challenges. page, 1-420. <https://www.researchgate.net/publication/322306903>.
- Meethan, K., 2001. *Tourism in a Global Society: Place, Culture, Consumption*. New York: Palgrave. page, 12-23.
- Mottiar, Z. (2016). The importance of local area as a motivation for cooperation among rural tourism entrepreneurs. *Tourism Planning & Development*, 13(2), 203–218.
- Murrey, T. J., Pipino, L. L., & Gigch, J. P. (1985). A pilot study of fuzzy set modification of Delphi. *Human Systems Management*, 5(1), 76-80.
- Mullen, P. (2003). Delphi: myths and reality. *Journal of Health Organisation and Management*, 17(1), 37-52.
- Perera, K. (2018). The Role of Museums in Cultural and Heritage Tourism for Sustainable Economy in Developing Countries. *Regional Centre for Strategic Studies*.
- Phillips, M. (2014). Baroque rurality in an English village. *Journal of Rural Studies*, 33, 56-70.
- Pourahmad, A; Mahdi A, Banamiri , M; Mirzai Kutenai, Z. and A. Mohamadi, (2012): Survey and analysis of the role of museums in cultural tourism development (A case study of

- museums in eastern Mazandaran), *Tourism planning and development* , Volume 1, Number 1; pp:105 - 128. (in Persian).
- N.A. Mustapha, I. Azman, Y. Ibrahim, Barriers to Community Participation in Tourism Development in Island Destination. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts* 5,1, 102-124 (2013).
- Okoli, C., & Pawlowski, S. (2004). The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications. *Information & Management*, 42(1), 15-29.
- Reichel, A.; Lowengart, O.; Milman, A. Rural Tourism in Israel: Service Quality and Orientation. *Tour. Manag.* 2000, 21, 451-459.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends, *Journal of Hospitality and Tourism Management* 36 (2018) 12-21.
- S. Medlik, *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. Routledge (2003).
- Sharareh, A. D. & Badaruddin, M. (2013). Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism. *Journal of Management and Sustainability*. 3(2): 31-39.
- Shen, S., Wang, H., Quan, Q., & Xu, J. (2019). Rurality and rural tourism development in China, *Tourism Management Perspectives*, 98-106.
- Sofronov, B. (2018). The Development of The Travel and Tourism Industry In The World, *Annal of Spiru Haret University Economic Series*, 123-137.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from home: Cultural tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- Su, B. (2011), rural tourism in China, *Tourism Management*, Vol. 32, pp. 1438-1441.
- Travel and tourism economic impact. (2017). <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/contry-data>.
- Wang, Y. C. (2006). The new form and model of development of rural tourism in china. *Tourism Tribune*, 21(4), 6-8.
- Wineaster Andersona, (2014): Cultural Tourism and Poverty Alleviation in Rural Kilimanjaro, Tanzania, *Journal of Tourism and Cultural Change*, Published online: 17. Volume 23, 2015, Pages 453-460.
- World Travel and Tourism Council (2018). "Economic Impact 2018 World," accessed November 9, 2018 ,page: 1-7. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>.
- WTO (2005). *Tourism Market Trends 2004 – World Overview and Tourism Topics*. Madrid: WTO.page 11-14.
- Wu, Ch. & Fang, W. (2011). Combining the Fuzzy Analytic HierarchyProcess and the Fuzzy Delphi Method for Developing Critical Competences ofElectronic Commerce Professional Managers. *Qual Quant*, 45 (4), 45, 751-768.

- Xu, Honggang, Zhouyuan, Tang, Sisi, Ni, (2014): The Impact of Cultural Tourism on the Innovation of Ethnic Handicraft Production in Dali, China, *Asia Pacific World*, Volume 5, Number 2, Autumn, PP. 82-100.
- Zach, F., & Hill, T. L. (2017). "Network, Knowledge and Relationship Impacts on Innovation in Tourism Destinations. 62 (2017) 196-207." *Tourism Management Journal*, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.001>.
- Zhou, R., Zhong, L. S. H., & Liu, J. M. (2015). Research on rural world heritage sites: Connotation and tourism utilization. *Geographical Research*, 34(5), 991-1000.